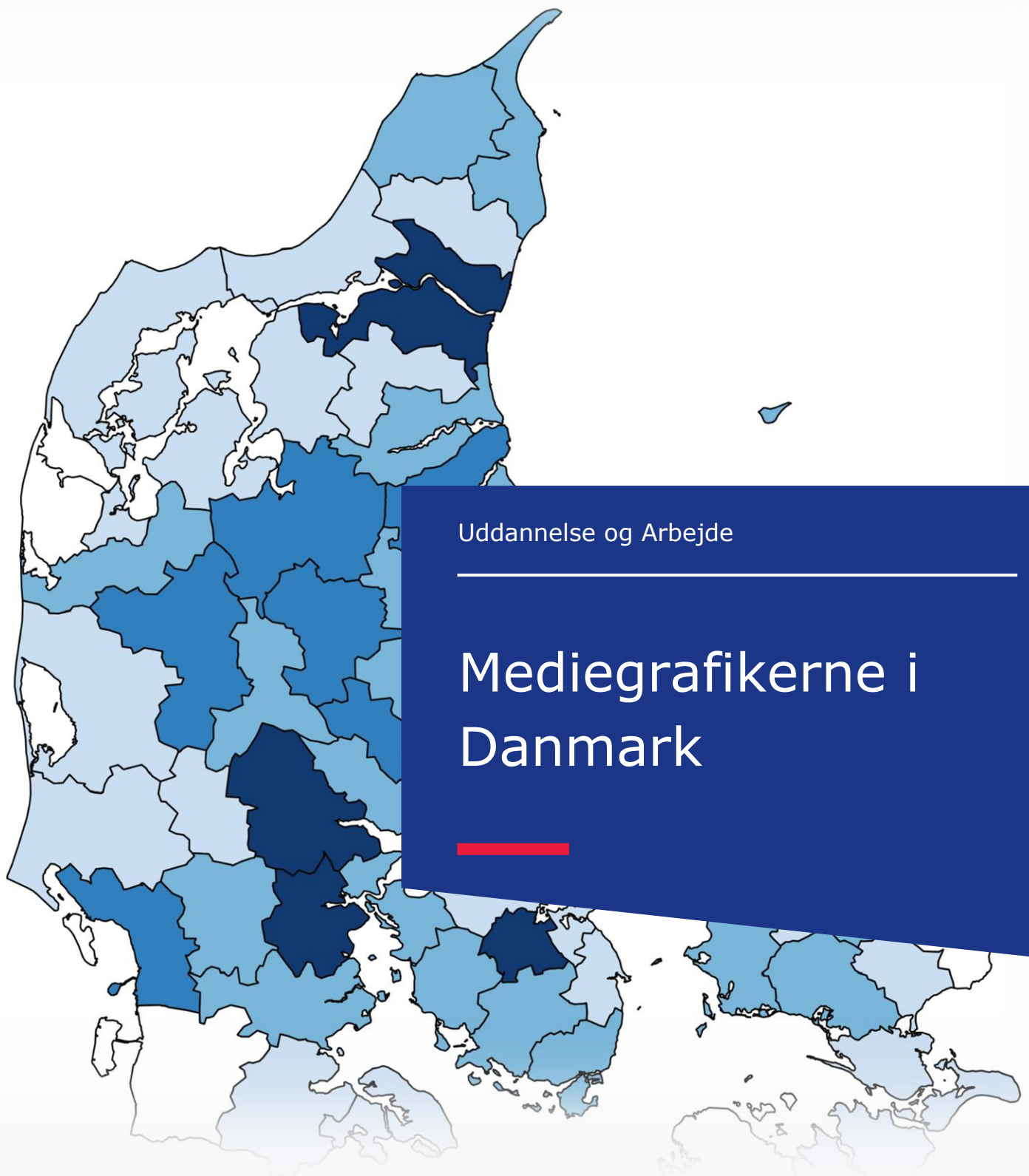




TEKNOLOGISK
INSTITUT



Titel:

Mediegrafikerne i Danmark

Udarbejdet for:

Grafisk Uddannelsesudvalg

Udarbejdet af:

Teknologisk Institut
Analyse og Erhvervsfremme
Gregersensvej 1
2630 Taastrup

Juni 2017

Forfattere: Eva-Carina Nørskov, Stig Yding Sørensen, Jesper Villadsen

Indholdsfortegnelse

1. Mediegrafikere	4
2. Uddannelse.....	6
3. Beskæftigelse	10
4. Karriere – arbejdsfunktioner og brancher	12
5. Appendiks	16

1. Mediegrafikere

Arbejdet som mediegrafiker har stor indflydelse på den måde, som vi almindelige danskere møder og oplever verden omkring os på.

Hvis man er mediegrafiker, beskæftiger man sig professionelt med billedbehandling, fremstilling af grafik, tekst og typografi, samling af billeder og grafik og tekst til udgivelse på web og tryk.

Denne rapport giver et overblik over mediegrafikernes uddannelse, deres arbejde og beskæftigelse. Endelig giver rapporten et overblik over mediegrafikernes karriere, og hvilke stillinger og brancher mediegrafikeren har fundet ansættelse i.

Alle analyser og betragtninger er af datamæssige årsager afgrænset til perioden 2008-2015.

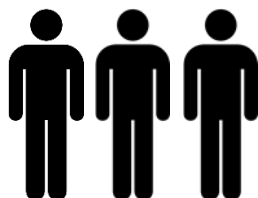
I de følgende afsnit præsenteres indledningsvist en grafik, som opsummerer registerundersøgelsens hovedresultater. Herefter følger i Afsnit 2 en redegørelse for uddannelsesprofil, for sammenhængen mellem uddannelsessted og beskæftigelsessted samt data angående mediegrafikeres brug af efter- og videreuddannelse.

Afsnit 3 illustrerer udviklingen i beskæftigelsen for mediegrafikere i perioden 2008-2015, og Afsnit 4 redegør for mediegrafikeres karrierevej og branchetilhørsforhold efter endt uddannelse.

Afsnit 5 - Appendiks redegør kort for de datakilder, der er anvendt ved analysen.

Mediegrafikerne i 2015

Demografi



Gennemsnitsalder: 33 år

Her arbejder mediegrafikere især:

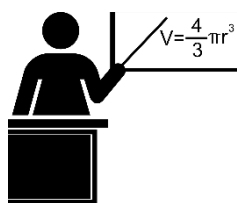
København og Frederiksberg, Aarhus, Odense, Aalborg og Trekantområdet

Kønsfordeling:

Mænd: 49 %

Kvinder: 51 %

Uddannelse



145 nyuddannede i 2015

Gennemsnitsalder: 26,7 år

83 % finder ansættelse inden for det første år

4 % af en årgang videreuddanner sig.

Top 3 videreuddannelser

- Multimediedesigner
- Medieproduktion og Ledelse
- Designteknolog

Jobsituation



9%

**af mediegrafikerne
er selvstændige¹**

Top 5 brancher

- Reklame- og Analysebureauer
- PR & Kommunikation
- Engroshandel med Tekstil og Husholdningsudstyr
- Trykkerier og Forlag
- IT-konsulenter

Top 5 typiske stillingsbetegnelser for en mediegrafiker i 2015

- Arbejde med grafisk design og multimediedesign
- Prepress-arbejde og grafisk formfremstilling
- Almindeligt kontor- og kundeservicearbejde
- Arbejde inden for reklame og marketing
- Web- og multimedieudvikling

¹ 275 ud af en samlet arbejdsstyrke på 3.077 mediegrafikere er iflg. RAS-data, selvstændigt erhvervsdrivende. Det svarer til 9% af den samlede arbejdsstyrke og 11% af de beskæftigede mediegrafikere.

2. Uddannelse

Der uddannes løbende nye mediegrafikere til det danske arbejdsmarked. I perioden 2008-2015 er der ifølge EASY-P systemet blevet uddannet 1.355 mediegrafikere, *jf. Tabel 2.1 nedenfor.*

Tabel 2.1: Nyuddannede mediegrafikere, årgangene 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Nyuddannede mediegrafikere	161	159	160	181	166	196	187	145	1.355
<i>Mænd</i>	96	82	69	90	79	100	92	78	686
<i>Kvinder</i>	65	77	91	91	87	96	95	67	669
<i>Gennemsnitsalder*</i>	27,6	26,9	26,5	26,1	26,4	26,7	26,7	26,7	26,7

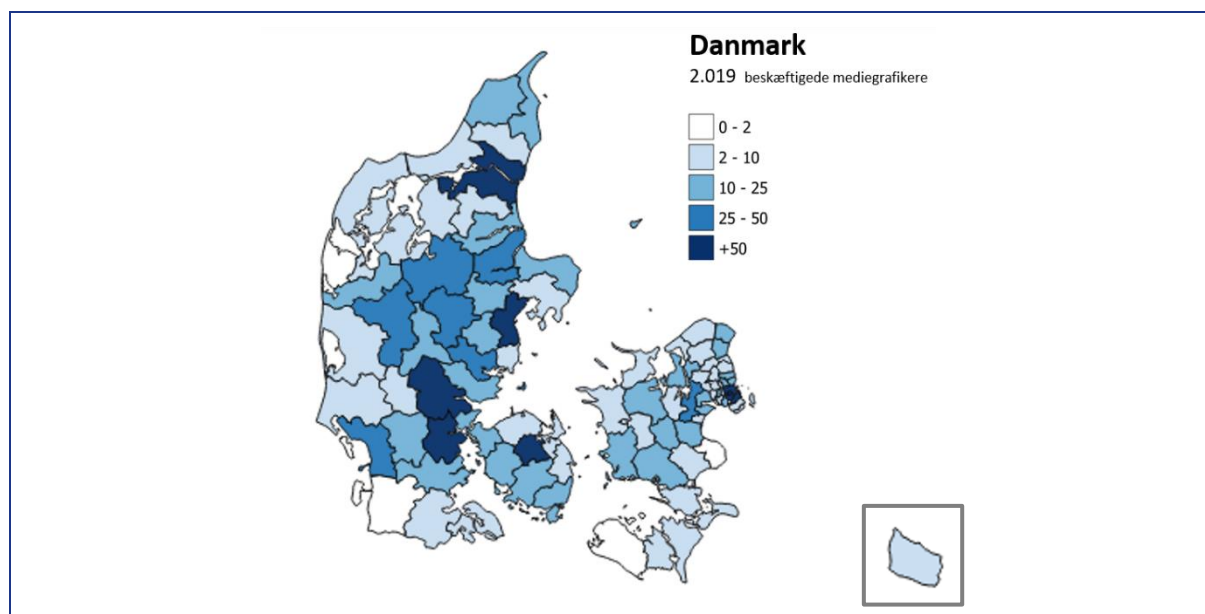
Note: Figuren viser antal nyuddannede mediegrafikere i perioden 2008-2015. *Gennemsnitsalder er beregnet pba. data fra Danmarks Statistik.

Kilde: EASY-P (LIS) d. 16. Juni 2017.

Der er en tilnærmelsesvis lige fordeling mellem antallet af mænd og kvinder, der uddannes som mediegrafikere. Gennemsnitsalderen for de færdiguddannede er 26,7 år.

Der uddannes mediegrafikere til virksomheder i stort set hele landet. Den største koncentration af ansættelsessteder findes – naturligt – omkring de større byer København og Frederiksberg (441+64), Odense (119), Aarhus (206) og Aalborg (89), men også i trekantområdet ses en stor koncentration af mediegrafikerne, der får ansættelse efter endt uddannelse, *jf. Figur 2.1.*

Figur 2.1: Beskæftigede mediegrafikere i Danmark, 2015



Note: Kortet viser den geografiske fordeling af de beskæftigede mediegrafikere opgjort pr. kommune. +50 dækker over mange beskæftigede mediegrafikere. I København er der fx ansat 441 mediegrafikere, i Aarhus 206, i Odense 119, i Aalborg 89, på Frederiksberg 64, i Vejle 54 og i Kolding 52.

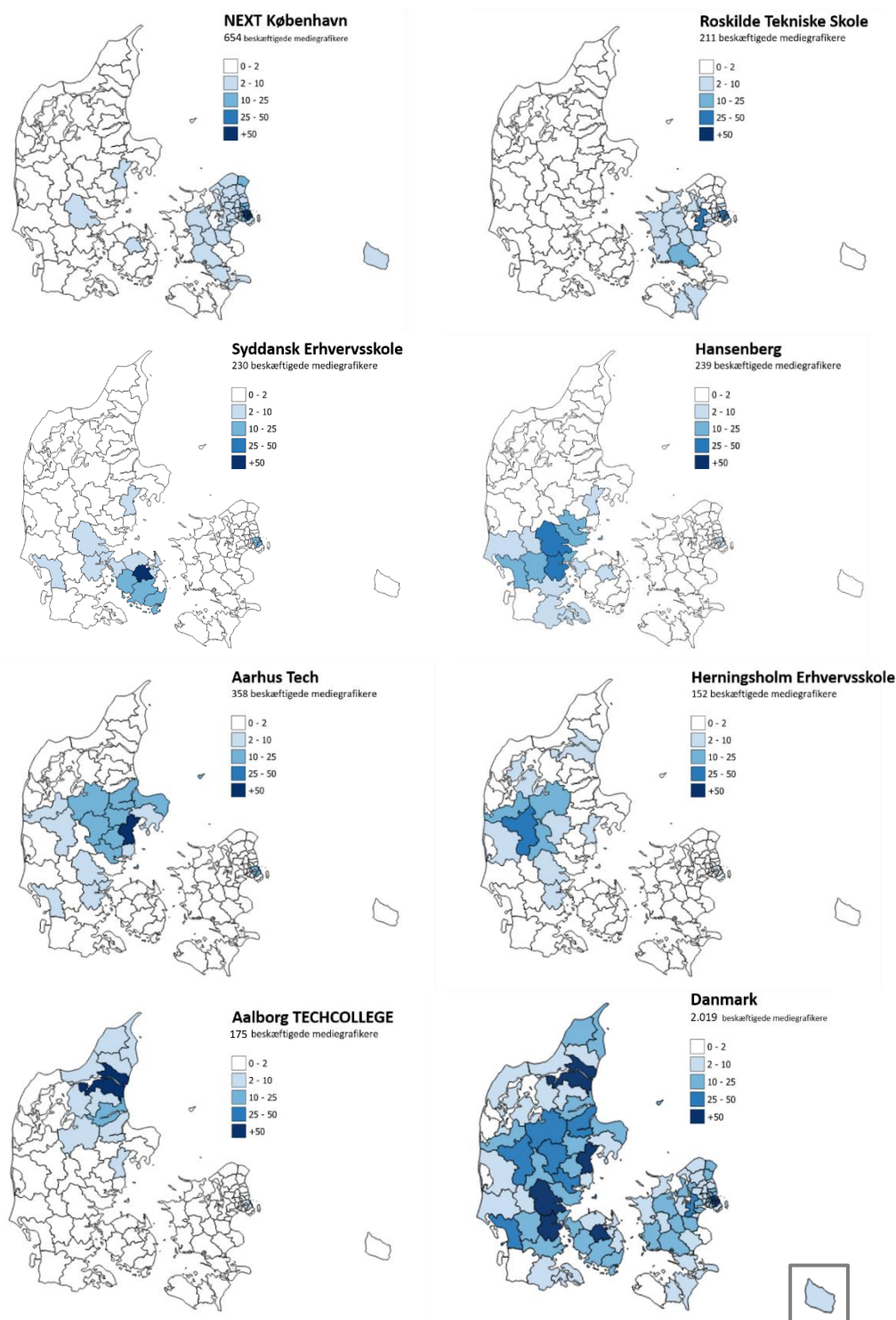
Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i BUE og RAS samt kort fra Geodatastyrelsen.

Selvom mediegrafikerne finder ansættelse i hele landet, viser beskæftigelsesmønstret dog, at valget af uddannelsesinstitution har stor betydning for, hvor i landet mediegrafikeren finder ansættelse efterfølgende. *Figur 2.2* på næste side viser, hvor i landet alle beskæftigede mediegrafikere har ansættelse i 2015 fordelt ud fra, på hvilken uddannelsesinstitution de har taget deres uddannelse.



Foto: Teknologisk Institut

Figur 2.2: Beskæftigede mediegrafikere i 2015 efter uddannelsesinstitution



Note: Kortene viser, hvor i landet beskæftigede mediegrafikere har ansættelse i 2015 og opdelt efter, hvilken institution de har taget uddannelsen til mediegrafiker på. Kortet nederst til højre viser, koncentrationen af beskæftigede mediegrafikere, totalt set og på tværs af landet.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i BUE og RAS samt kort fra Geodatastyrelsen.

Kortlægningen viser dermed, at en stor del af de uddannede finder arbejde i virksomheder, som er placeret i det regionale område omkring uddannelsesstedet. Dette kan pege på, at det kan være afgørende, at der findes et tilgængeligt uddannelsesudbud i erhvervslivets umiddelbare nærmiljø for denne type uddannelse. Samtidig viser mønstrene, at hovedstaden formår at tiltrække uddannede mediegrafikere fra alle de uddannelsesinstitutioner, der ligger uden for uddannelseskommunen. Selve antallet af personer, der vælger at migrere til en ansættelse i hovedstaden, er dog stadig forholdsvis beskeden.

Langt størstedelen af de færdiguddannede mediegrafikere har ikke taget initiativ til at gennemføre yderligere efter- eller videreuddannelse. Tabellen nedenfor viser, at de 10 mest populære efteruddannelser i perioden 2008-2015, er uddannelserne til multimediedesigner, til medieproduktion og ledelse og til designteknolog, der er mest populære, jf. Figur 2.3.

Figur 2.3: Top 10 efter- og videreuddannelser – 2008-2015

Uddannelse	Antal personer
Multimediedesigner	12
Medieproduktion	5
Medieproduktion og ledelse, prof.bach.	5
Designteknolog	4
Visuel kommunikation, prof.bach.	4
E-designer	3
Fotograf	1
Designer, bach.	1
Humanistisk-teknologisk, bach. (RUC)	1
Softwareudvikling, bach.	1

Note: Figuren viser top 10 populære uddannelser (UDD), som alle færdiguddannede mediegrafikere har taget i perioden 2008-2015.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i BUE.

Der er således helt overvejende tale om uddannelses- og/eller erhvervsrelevante efter- og videreuddannelser. Det har ikke været inden for denne opgaves ramme at belyse, hvorvidt valget af efter- eller videreuddannelse fremmer beskæftigelsesfrekvensen.

For de nyuddannede årgange 2008-2015, er det i gennemsnit ca. 4%, der vælger en efter- eller videreuddannelse.

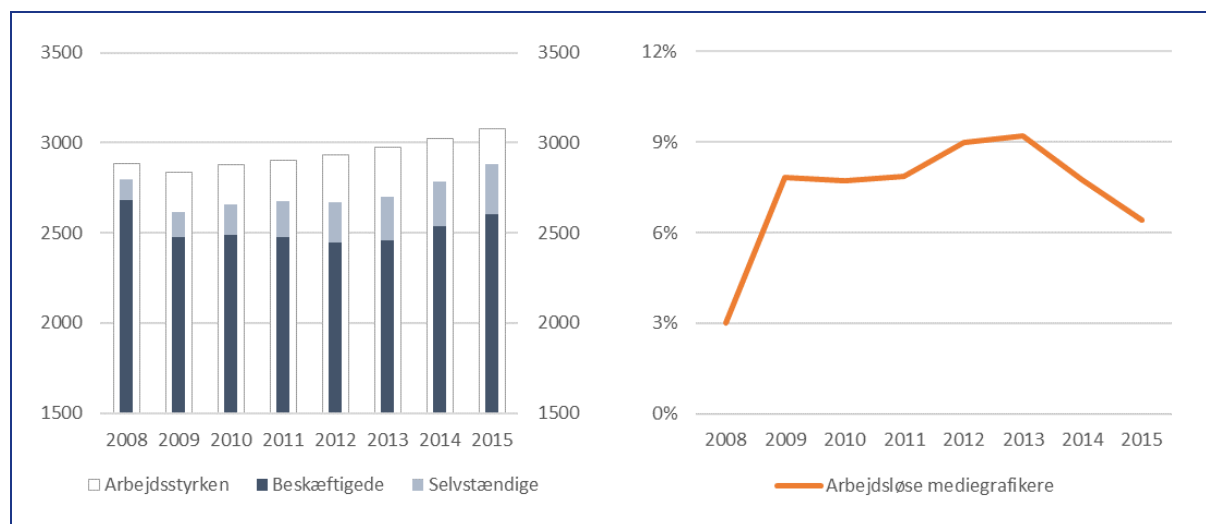


Foto: Teknologisk Institut

3. Beskæftigelse

Beskæftigelsen blandt mediegrafikere har været særligt ramt af finanskrisen. Fra en arbejdsløshedsprocent på omkring 3 pct. umiddelbart før krisen i 2008, steg arbejdsløshedsprocenten til omkring 9 pct. de efterfølgende år, jf. Figur 3.1.

Figur 3.1: Beskæftigelsen for mediegrafikere



Note: Figuren til venstre viser antal beskæftigede mediegrafikere i forhold til mediegrafikernes arbejdsstyrke, mens figuren til højre viser arbejdsløshedsprocenten.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i RAS og BUE.

I samme periode, som arbejdsløsheden blandt mediegrafikere steg, voksede arbejdsstyrken fra 2.885 personer i 2009 til 3.077 arbejdsparate mediegrafikere i 2015, i takt med at flere færdiggjorde uddannelsen som mediegrafiker. Antallet af selvstændigt beskæftigede mediegrafikere blev mere end fordoblet fra 119 personer i 2008 til 275 personer i 2015.

Arbejdsløshedsprocenten har særligt været høj blandt de nyuddannede mediegrafikere. Tabel 3.2 på næste side viser arbejdsløshedsprocenten for årgangene 2008-2015 opgjort pr. kvartal efter endt uddannelse.

Beskæftigelsesmønsteret i 2008 umiddelbart før krisen viser, at 18 pct. af de nyuddannede mediegrafikere var arbejdsløse i 1. kvartal efter endt uddannelse dalende til blot 7 pct. af den aktive arbejdsstyrke i det 10. kvartal, efter at uddannelsen til mediegrafiker blev gennemført. At arbejdsløshedsprocenten for årgang 2008 herefter stiger kan være et tegn på, at de første effekter af finanskrisen sætter ind.

Tabel 3.2: Kvartalsvis arbejdsløshed for nyuddannede mediegrafikere

	Uddannelsesårgang							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	18%	33%	31%	30%	29%	27%	27%	17%
2	16%	28%	32%	25%	32%	32%	27%	n/a
3	14%	24%	32%	21%	26%	25%	23%	n/a
4	17%	22%	26%	17%	26%	25%	23%	n/a
5	11%	19%	18%	16%	19%	21%	18%	n/a
6	11%	18%	22%	15%	19%	17%	n/a	n/a
7	10%	8%	24%	20%	18%	14%	n/a	n/a
8	10%	7%	21%	15%	14%	13%	n/a	n/a
9	9%	11%	19%	13%	16%	18%	n/a	n/a
10	7%	13%	14%	14%	14%	n/a	n/a	n/a
11	9%	14%	14%	14%	12%	n/a	n/a	n/a
12	15%	12%	16%	12%	15%	n/a	n/a	n/a

Note: Tabellen viser arbejdsløshedsprocenten for nyuddannede mediegrafikere opgjort på kvartaler efter endt uddannelse [Se appendiks for metode]. Farvekodningen er en hjælp til læsning af tabellen, således at røde farver illustrerer den højeste arbejdsløshed og grønne farver den laveste arbejdsløshed pr. kvartal.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i RAS og BfL.

Midt under krisen – i 2010 – var disse tal fordoblet med en arbejdsløshedsprocent på næsten hver tredje nyuddannede mediegrafiker i 1. kvartal dalende til 14 pct. i 10. kvartal. For en nyuddannet mediegrafiker, der færdiggjorde sin uddannelse i 2010, var det altså noget vanskeligere at finde fodfæste på arbejdsmarkedet, idet 26 pct. fortsat var uden arbejde fire kvartaler efter afsluttet uddannelse.

I 2015 ser denne negative udvikling umiddelbart ud til at være stoppet, og niveauet for arbejdsløshed blandt nyuddannede i første kvartal, efter uddannelsen er færdiggjort, er tilbage på niveauet fra før krisen.

På baggrund af tilgængelige registerdata er det stadig for tidligt at sige, hvorvidt denne udvikling er et udtryk for en blivende tendens.

4. Karriere – arbejdsfunktioner og brancher

I 2015 er omkring hver femte mediegrafiker (20,1 pct.) ansat i en arbejdsfunktion, der primært omfatter arbejde med grafisk design og multimediedesign. Dernæst følger prepressarbejde og grafisk formfremstilling (11 pct.), almindeligt kontor- og kundeservicearbejde (8,1 pct.) samt arbejde inden for reklame og marketing (6,2 pct.), jf. Tabel 4.1.

Tabel 4.1: Arbejdsfunktioner i 2015 for mediegrafikere uddannet i perioden 2008-2015

Arbejdsfunktion	Antal personer	%
Arbejde med grafisk- og multimediedesign *	146	20,1 %
Prepressarbejde og grafisk formfremstilling *	80	11,0 %
Almindeligt kontor- og kundeservicearbejde	59	8,1 %
Arbejde inden for reklame og marketing *	45	6,2 %
Web- og multimedieudvikling*	33	4,5 %
Almindeligt kontorarbejde	31	4,3 %
Arbejde med produkt- og tøjdesign *	24	3,3 %
Salgsarbejde (agenter)	22	3,0 %
Pædagogisk medhjælp	19	2,6 %
Teknisk tegnearbejde *	18	2,5 %
Salgsarbejde i butik	14	1,9 %
Arbejde inden for PR *	13	1,8 %
Andet arb. inden for kunstneriske, kulturelle og kulinariske områder *	11	1,5 %
Grafisk arbejde *	11	1,5 %
Social- og sundhedsarbejde i private hjem, medhjælpere	10	1,4 %
Øvrige brancher	192	26,4 %
TOTAL	728	100 %
Personer uden funktionskode i registerdata		378

Note: Figuren viser, hvilke stillinger (DISCO-koder) årgangene 2008-2015 har opnået i 2015. Personer uden funktionskode refererer til mediegrafikere som ikke har fået tildelt en funktionskode, enten fordi de står uden for arbejdsmarkedet eller fordi den virksomhed, hvor de er ansat ikke har indrapporteret en funktionskode.

Som det fremgår indgår der relativt mange personer under "Øvrige brancher". Enkeltkategorier med under 10 ansatte fremtræder af statistiske årsager ikke som selvstændige arbejdsfunktioner. Under denne samling af arbejdsfunktioner "Øvrige brancher" indgår blandt andre selvstændige.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i RAS og BUE. * indikerer uddannelsesrelevant arbejde

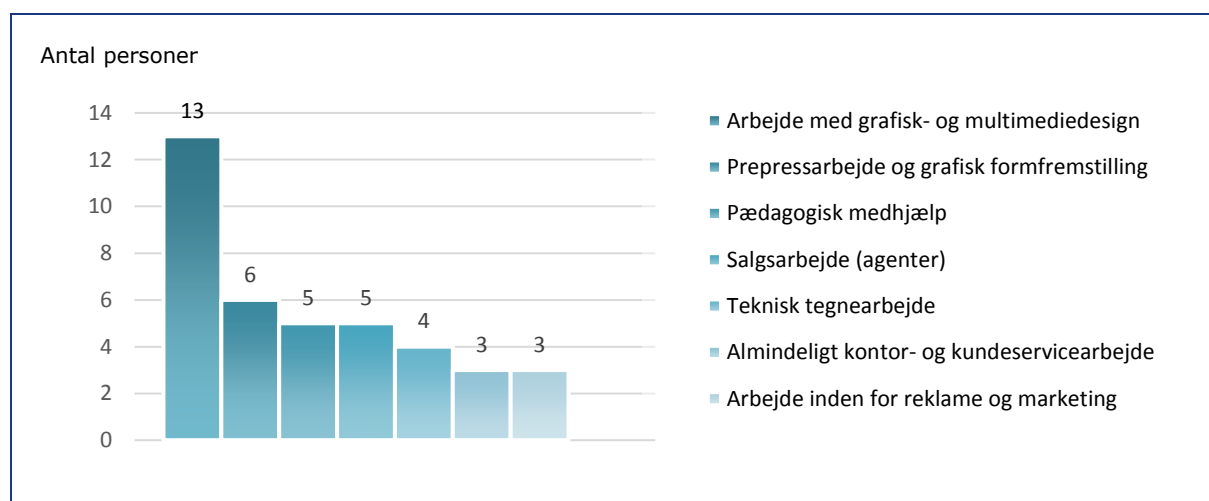
Men der er også mediegrafikere, som finder ansættelse inden for eksempelvis pædagogisk arbejde (2,6 pct.) og i social- og sundhedsarbejde i private hjem (1,4 pct.).

I tabellen er det markeret med *, hvilke arbejdsfunktioner, vi vurderer, der omfatter, hvad der kan betegnes at være uddannelsesrelevant arbejde for en mediegrafiker. Sammenlægger man de ni DISCO-arbejdsfunktionskoder med klar anknytning til mediegrafikerrelevant arbejde, ser vi, at procentandelen udgør 52 pct. af det samlede antal uddannede personer i perioden 2008-2015. Hertil kommer, at der inden for de øvrige DISCO-arbejdsfunktionsområder – som f.eks. "Salgsarbejde i butik" eller "Almindeligt kontor- og kundeservicearbejde" – givetvis også udføres uddannelsesrelevant arbejde. Men det er ud fra DISCO-kodens ordlyd vanskeligt at slutte entydigt. Det skønnes dog, at op mod 75 pct. af

de mediegrafikere, der er færdiguddannet i perioden 2008-2015, i 2015 er beskæftiget i arbejde, der er relevant i forhold til den fuldførte erhvervsuddannelse.

Årgang 2008 følger stort set det samme mønster som resten af populationen 2008-2015. 18 pct. af denne årgang er i 2015 ansat i stillinger, der varetager arbejde med grafisk design og multimediedesign (procentandelen for den samlede population er 20,1 pct., jf. Tabel 4.1).

Figur 4.1: Top 7 arbejdsfunktioner i 2015 for mediegrafikere uddannet i 2008



Note: Figuren viser andelen af årgang 2008, der er ansat i de syv mest populære stillingskategorier.
Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i RAS og BUE



Foto: Teknologisk Institut

Mediegrafikere og branchetilhørsforhold

En anden måde at vurdere beskæftigelsesbilledet på er at se på, hvilke brancher mediegrafikere er ansat i. Tabel 4.2 nedenfor illustrerer, hvor mange mediegrafikere der er ansat inden for en række brancheområder. Tabellen er opstillet således, at de brancher, der har flest mediegrafikere ansat, er placeret øverst.

Tabel 4.2: Brancher i 2015 for mediegrafikere uddannet i perioden 2008-2015

Branche	Antal personer	%
Reklame- og analysebureauer	147	16,6 %
Anden vidensservice (PR & kommunikation)	121	13,7 %
Engroshandel med tekstiler og husholdningsudstyr	74	8,4 %
Trykkerier mv.	70	7,9 %
IT-konsulenter mv.	67	7,6 %
Forlag	47	5,3 %
Daginstitutioner og dagcentre mv.	24	2,7 %
Anden engroshandel	23	2,6 %
Virksomhedskonsulenter	18	2,0 %
Detailhandel med tekstiler og husholdningsudstyr mv.	16	1,8 %
Informationstjenester	14	1,6 %
Internethandel, postordre mv.	12	1,4 %
Legetøj og anden fremstillingsvirksomhed	12	1,4 %
Engroshandel med føde-, drikke- og tobaksvarer	10	1,2 %
Organisationer og foreninger	10	1,2 %
Gymnasier og erhvervsfaglige skoler	10	1,2 %
Øvrige brancher	208	23,6 %
TOTAL	883	100 %
<i>Mediegrafikere uden brancheangivelse i register</i>		223

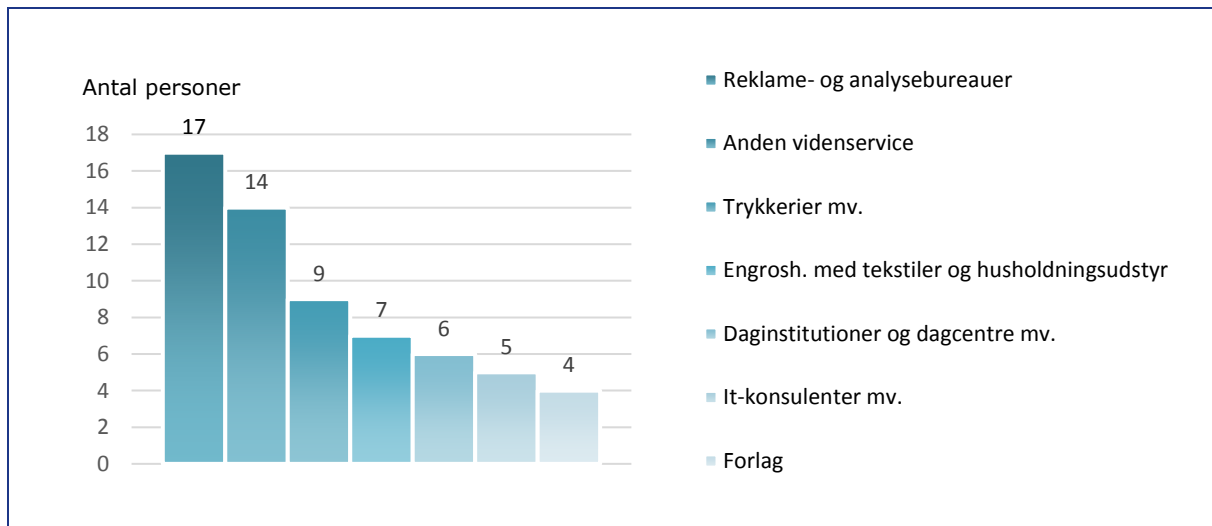
Note: Figuren viser, i hvilke brancher (STD 127) årgangene 2008-2015 har fundet beskæftigelse i 2015.

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i BUE og RAS.

Blandt de mediegrafikere, der blev færdiguddannet i perioden 2008-2015, er 16,6 pct. ansat i reklame- og analysebureauer – efterfulgt af virksomheder inden for PR & kommunikation, engroshandel og trykkerierne.

De to oplagte karriereveje for mediegrafikerne ser ud til at være enten bureaumodellen, hvor mediegrafikeren ansættes i et reklame- eller analysebureau, på et trykkeri eller på et forlag, eller inhouse-modellen, hvor mediegrafikeren ansættes til at understøtte grafisk arbejde i en virksomhed.

Figur 4.2: Top 7 brancher i 2015 for mediegrafikere uddannet i 2008



Note: Figuren viser fordelingen af beskæftigede mediegrafikere fra årgang 2008 fordelt på brancher (STD127).

Kilde: Teknologisk Institut på baggrund af beregninger i RAS.

Ser man isoleret på årgang 2008, vil man se et beskæftigelsesmønster, der nogenlunde afspejler det generelle billede blandt mediegrafikerne. Særligt for årgang 2008 er der bl.a. en højere andel af personer, der har fundet beskæftigelse i daginstitutioner og dagcentre, hvilket kan antages at være en udløber af finanskrisen, og den tidligere beskrevne tilknytning til arbejdsfunktioner inden for social- og sundhedsarbejde eller arbejde som pædagogisk medhjælp.

Ellers er beskæftigelsesmønsteret i overensstemmelse med nyuddannede mediegrafikere, hvilket afslører robuste beskæftigelsesmønstre og ansættelser for denne faggruppe.

5. Appendiks

Tekstboks 5.1: METODE – statistisk definition på en mediegrafiker

Den statistiske definition på en mediegrafiker, der er anvendt i denne opgave, er en dansk statsborger med en afsluttet mediegrafikeruddannelse, der er taget på én af landets kompetencegivende uddannelsesinstitutioner, der udbyder en uddannelse som mediegrafiker.

Teknisk bestemmes dette ved, om der i Befolkningens Uddannelses- og Elevregister (BUE) er registreret en person med følgende uddannelseskoder (HFAUDD):

- 4458 - Mediegrafiker
- 4460 - Mediegrafiker u.n.a.

Der kan – i et begrænset omfang – findes såkaldt autodidakte mediegrafikere, der er beskæftiget i samme arbejdsområde, men som ikke har gennemført en kompetencegivende uddannelse. Disse fremgår ikke af analysen. Mediegrafiske assistenter er ligeledes ekskluderet.

Kilde: Teknologisk Institut.

Tekstboks 5.2: METODE – kvartalsvist opgjort beskæftigelse

En persons tilknytning til arbejdsmarkedet er en størrelse, der kan variere hen over forløbet af et år. For at imødekomme den slags fluktuationer i arbejdsmarkedsdata, opgør Danmarks Statistik en persons tilknytning til arbejdsmarkedet ud fra oplysninger om personens dominerende indkomst ultimo november. Beskæftigelsesoplysninger fra Danmarks Statistik er derfor fordelagtige at anvende hen over en årrække, fordi november beskæftigelsen er sammenlignelig fra år til år.

Denne analyse har imidlertid set behovet for at opgøre beskæftigelsesforløb for uddannelsesårgange på kvartaler. Den kvartalsvise beskæftigelse i denne analyse baserer sig på oplysninger fra eIndkomstregistret og fra RAS, hvor en persons kvartalsmæssige beskæftigelsesmæssige situation er afgjort af, om der er registreret følgende bevægelser mellem personen og en virksomhed:

- *en gennemsnitlig sum af beskæftigede løntimer på mere end 80,17 timer om måneden, eller*
- *en gennemsnitlig månedlig lønudbetaling på mere end dagpengesatsen (2010: 16.923 DKK).*

Der er herefter foretaget korrektioner for, om personen er i selvstændig beskæftigelse og derved ikke kan identificeres som beskæftiget ud fra oplysninger i eIndkomstregistret, eller om personen er arbejdsløs eller uden for arbejdsstyrken og derfor ikke har oplysninger i eIndkomstregistret. I beregningen indgår de mediegrafikere, der var registreret i BUE registeret med mediegrafiker som højst fuldførte uddannelse i året efter.

Kilde: Teknologisk Institut.

Tekstboks 5.3: METODE – antal nyuddannede

I analyseforløbet er der identificeret uoverensstemmelser mellem ledelsesinformationssystemet EASY-P, der indsamler oplysninger om antal nyuddannede mediegrafikere (og assistenter) for Grafisk Uddannelsessekretariat, og BUE-registreret hos Danmarks Statistik. Der er tale om en forsinkelse i BUE-registeret hos Danmarks Statistik, hvor færdiguddannede i år 0 først endeligt fremgår af uddannelsesregistre fra år +2, eller senere. De stemmer dog ikke overens med tallene fra EASY-P. Forklaringer kan være at enkelte har en højere uddannelse før og er registreret med denne i BUE-registeret. Desuden kan der i Danmarks Statistiks tal også indgå eksempelvis indvandrede, og udvandrede tælles ikke. Uoverensstemmelserne betyder, at antallet af nyuddannede er optalt ved hjælp af EASY-P for Tabel 2.1: Antal nyuddannede mediegrafikere. I tabellen nedenfor angiver HFAUDD højst fuldførte uddannelse og HF_VFRA tidspunktet for uddannelsen.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
HFAUDD i BUE + HF_VFRA, +1 år	234	99	116	129	146	127	147	108	1.106
HFAUDD i BUE + HF_VFRA, +2 år	316	136	147	171	170	151	168	108	1.367
EASY-P Afsluttede/Gennemførte	161	159	160	181	166	196	187	145	1.355
Diskrepans justeret 1 år frem	-73	60	44	52	20	69	40	37	249
Diskrepans justeret 2 år frem	-155	23	13	10	-4	45	19	37	-12

Til isolering af årgange i den øvrige del af analysen er anvendt populationerne identificeret via Danmarks Statistik.

Kilde: Teknologisk Institut.